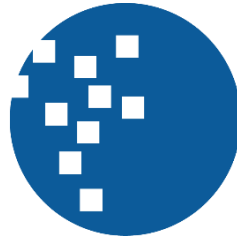


PERANCANGAN *MICROSITE* DAMPAK *SELF REWARD*

TERHADAP KEUANGAN *GEN Z*



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN TUGAS AKHIR

Muhamad Rizky

00000051387

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

PERANCANGAN *MICROSITE* DAMPAK *SELF REWARD*

TERHADAP KEUANGAN *GEN Z*



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain (S.Ds.)

Muhamad Rizky

00000051387

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Muhamad Rizky
Nomor Induk Mahasiswa : 00000051387
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir saya yang berjudul:

PERANCANGAN *MICROSITE* DAMPAK *SELF REWARD* TERHADAP KEUANGAN *GEN Z*

merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiat, dan tidak pula dituliskan oleh orang lain; Semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya cantumkan dan nyatakan dengan benar pada bagian Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan karya ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi untuk dinyatakan TIDAK LULUS. Saya juga bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berkaitan dengan tindak plagiarisme ini sebagai kesalahan saya pribadi dan bukan tanggung jawab Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 28 Mei 2024



Muhamad Rizky

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN *MICROSITE* DAMPAK *SELF REWARD* TERHADAP KEUANGAN GEN Z

Oleh


Nama : Muhamad Rizky
NIM : 00000051387
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah disetujui untuk diajukan pada

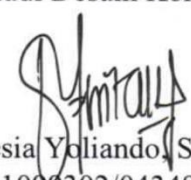
Sidang Ujian Media Informasi Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, Selasa, 28 Mei 2024

Pembimbing


Lia Herli, S.Sn., M.M.
0315048108/081472

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual


Fonita Theresia Ydliando, S.Ds., M.A.
0311099302/043487

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul


PERANCANGAN *MICROSITE* DAMPAK *SELF REWARD* TERHADAP KEUANGAN GEN Z

Oleh
Nama : Muhamad Rizky
NIM : 00000051387
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

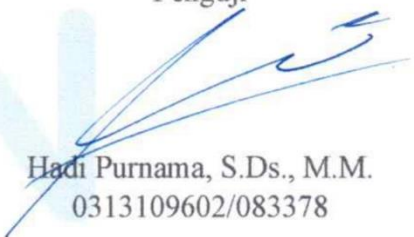
Telah diujikan pada hari Selasa, 28 Mei 2024
Pukul 13.45 s.d 14.30 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

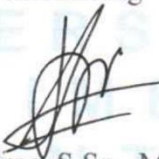
Ketua Sidang


Dedy Arpan, S.Des., M.Ds..
0324018607/076482


Penguji


Hadi Purnama, S.Ds., M.M.
0313109602/083378

Pembimbing


Lia Herna, S.Sn., M.M.
0315048108/081472

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual


Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A.
0311099302/043487

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhamad Rizky
NIM : 00000051387
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : ~~D3~~/ S1/S2
Judu Karya :

PERANCANGAN *MICROSITE* DAMPAK *SELF REWARD* TERHADAP KEUANGAN *GEN Z*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

- ✓ Memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya di repositori Knowledge Center, sehingga dapat diakses oleh Civitas Akademika/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial dan saya juga tidak akan mencabut kembali izin yang telah saya berikan dengan alasan apapun.

Saya tidak bersedia, dikarenakan:

- Dalam proses pengajuan untuk diterbitkan ke jurnal/konferensi nasional/internasional

Tangerang, 28 Mei 2024

Yang menyatakan,



Muhamad Rizky

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI selama 6 bulan kedepan, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk diunggah ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan yang berjudul “Perancangan Media Informasi Dampak *Self Reward* terhadap Keuangan *Gen Z* usia 18-25 Tahun” dengan tepat waktu.

Kesadaran mengenai dampak dari *Self Reward* yang berlebihan sendiri masih tergolong sangatlah minim yang dimana para masyarakat *Gen Z* masih sulit untuk mengatur keuangannya yang dimana para *Gen Z* masih sulit untuk memisahkan kebutuhan dan juga keinginan. Maka dari itu penulis merancang sebuah media informasi untuk memberi informasi kepada masyarakat *Gen Z* untuk tidak salah lagi dalam mengelola keuangan dengan bijak. Adapun tujuan dari penulisan laporan ini, yaitu sebagai syarat kelulusan dan kelayakan mendapatkan gelar Sarjana Desain.

Pada kesempatan kali ini, saya hendak menyampaikan terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan secara moril maupun materil sehingga laporan dapat selesai. Ucapan terimakasih tersebut saya tujukan pada:
Mengucapkan terima kasih

1. Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Muhammad Cahya Mulya Daulay, S.Sn., M.Ds., selaku Dekan Fakultas Seni dan Desain Universitas Multimedia Nusantara.
3. Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Multimedia Nusantara.
4. Lia Herna, S.sn., M.M, sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Muhammad Iqbal Ridwan, sebagai narasumber Konsultan Keuangan yang sudah memberikan informasi seputar bagaimana cara *Gen Z* mengelola keuangannya.

6. Lucky Arga Kusuma, Fathan Mubina, Marchell Alhamdi, selaku narasumber yang telah memberi pengalaman sebagai masyarakat *Gen Z* yang mengacu gaya hidup *Self Reward*.
7. Keluarga Penulis yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan tepat waktu

Semoga karya ilmiah ini dapat berguna dalam memberikan informasi kepada pembaca khususnya masyarakat *Gen Z* yang mash sulit dalam mengatur keuangan untuk kebutuhan dan keinginan *Self Reward*.

Tangerang, 28 Mei 2024



(Muhamad Rizky)

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERANCANGAN *MICROSITE* DAMPAK *SELF REWARD*

TERHADAP KEUANGAN *GEN Z*

(Muhamad Rizky)

ABSTRAK

Self Reward adalah sebuah pemahaman tentang psikologi, motivasi, dan pembelajaran. Dalam hal ini, individu memberikan penghargaan kepada diri sendiri setelah mencapai tujuan atau perilaku yang diinginkan. *Self Reward* sendiri sering kali dijadikan gaya hidup yang cukup *Mainstream* oleh para *Gen Z* yang dimana para masyarakat *Gen Z* ini sangat sering memanjakan dirinya ketika mencapai sebuah tujuan mereka yang dimana mereka sering menghabiskan pengeluarannya untuk kebutuhan dan dialokasikan kedalam keinginan mereka yaitu *Self Reward* dengan membeli barang keinginan ataupun hal-hal lainnya serta masyarakat *Gen Z* masih sulit untuk membedakan mana kebutuhan mereka dan mana keinginan mereka terkadang mereka tidak bisa membedakan dua hal tersebut yang dimana secara tidak sengaja mereka membeli barang yang mereka inginkan dan setelah itu ternyata mereka tidak membutuhkannya dan berujung penyesalan. Masyarakat *Gen Z* pun masih merasa kesulitan dalam mengelola keuangan mereka pada saat mereka menerima pemasukan bulanan, yang dimana mereka masih sulit untuk membedakan pengeluaran untuk kebutuhan dan pengeluaran untuk keinginan *Self Reward* itu sendiri. Oleh karena itu, dilakukannya perancangan media informasi dampak *Self Reward* terhadap keuangan *Gen Z* usia 18-25 tahun. Penelitian dilakukan dengan metode yang bercampur dimana terdiri dari wawancara, FGD, Kuesioner, dan studi referensi, maka dari itu diperlukannya sebuah media informasi berbasis *microsite* yang berisikan definisi dari *Self Reward* dan bagaimana cara mengatur keuangan dengan bijak agar para masyarakat *Gen Z* bisa memahami dampak dari *Self Reward* yang berlebihan dan bisa mengatur keuangannya menjadi lebih baik.

Kata kunci: *Self Reward*, *Gen Z*, Keuangan, Media Informasi

MICROSITE DESIGNING SELF REWARD IMPACT FOR GEN Z

FINANCE

(Muhamad Rizky)

ABSTRACT (English)

Self Reward is an understanding of psychology, motivation, and learning. In this context, individuals reward themselves after achieving desired goals or behaviors. Self Reward has become quite a mainstream lifestyle among Gen Z individuals, who often indulge themselves upon reaching their goals by spending their income on their desires, such as purchasing desired items or other activities. Gen Z individuals often struggle to differentiate between their needs and wants, sometimes unintentionally purchasing items they desire but do not actually need, leading to regret. Additionally, Gen Z individuals often find it difficult to manage their finances when they receive monthly income, as they struggle to distinguish between spending for necessities and spending for self-reward desires. Therefore, a Information media addressing the impact of Self Reward on the finances of Gen Z individuals aged 18-25 is designed. The research is conducted using a mixed method approach, including interviews, FGD, questionnaires, and reference studies, Therefore, there is a need for microsite-based information media that contains the definition of Self Reward and how to manage finances wisely so that Gen Z people can understand the impact of excessive Self Reward and can manage their finances better.

Keywords: *Self Reward, Gen Z, Finance, Information Media*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK.....	viii
<i>ABSTRACT (English)</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Tujuan Tugas Akhir	5
1.5 Manfaat Tugas Akhir	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Desain Komunikasi Visual.....	6
2.1.1 Elemen Desain	6
2.1.2 Prinsip Desain	10
2.1.3 Tipografi	13
2.1.4 <i>Grid dan Layout</i>	16
2.1.5 Fotografi.....	19
2.2 Media Informasi.....	24
2.2.1 Media.....	24
2.3 <i>Website</i>	26
2.4 <i>Microsite</i>	31
2.5 <i>Social Media</i>	32
2.6 <i>Digital Ads</i>	33
2.7 <i>Print</i>	33

2.8	<i>Self Reward</i>	31
2.8.1	Keuangan <i>Gen Z</i>	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN		39
3.1	Metodologi Penelitian	39
3.1.1	Metode Kualitatif	39
3.1.2	Metode Kuantitatif.....	43
3.2	Metodologi Perancangan	57
BAB IV STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN		59
4.1	Strategi Perancangan.....	59
4.1.1	Strategi Perancangan	51
4.1.2	<i>Analyze</i>	56
4.1.3	<i>Concept</i>	59
4.1.4	<i>Design</i>	65
4.1.5	<i>Implementation</i>	80
4.1.6	Analisa <i>Alpha Test</i>	84
4.2	Analisis Perancangan.....	99
4.2.1	Analisis <i>Beta Test</i>	99
4.2.2	Analisis Media Informasi <i>Microsite</i>	90
4.2.3	Analisis Media pendukung <i>Instagram</i>	102
4.2.4	Analisis Media <i>Website Ads</i>	93
4.2.5	Analisis Media <i>Street Banner dan Billboard</i>	105
4.2.6	Analisis Media <i>Merchandise</i>	94
4.3	<i>Budgeting</i>	106
BAB V PENUTUP		107
5.1	Simpulan	107
5.2	Saran.....	96
DAFTAR PUSTAKA		xiii
LAMPIRAN		xv

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 SWOT <i>Microsite</i> Finansialku.....	44
Tabel 3.2 SWOT <i>Microsite</i> Duitpintar.....	46
Tabel 4.1 Tabel Identifikasi Segmentasi Target.....	52
Tabel 4.2 <i>Creative Brief</i>	57
Tabel 4.3 Media Tabel.....	58
Tabel 4.4 <i>Alpha Test</i>	85
Tabel 4.5 <i>Beta Test</i>	89
Tabel 4.6 <i>Budgeting</i>	95



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Garis.....	7
Gambar 2.2 Bentuk.....	7
Gambar 2.3 RGB dan CMYK	8
Gambar 2.4 <i>Hue</i>	9
Gambar 2.5 <i>Value</i>	9
Gambar 2.6 <i>Saturation</i>	10
Gambar 2.7 <i>Balance</i>	11
Gambar 2.8 <i>Visual Hierarchy</i>	11
Gambar 2.9 <i>Unity</i>	12
Gambar 2.10 <i>Rhythm</i>	13
Gambar 2.11 <i>Old Style</i> tipografi.....	13
Gambar 2.12 <i>San Serif</i> tipografi.....	14
Gambar 2.13 <i>Modern</i> tipografi.....	14
Gambar 2.14 <i>Trantitional</i> tipografi.....	15
Gambar 2.15 <i>Egyptian</i> tipografi.....	15
Gambar 2.16 <i>Single Coloumn Grid</i>	16
Gambar 2.17 <i>Multi Coloumn Grid</i>	17
Gambar 2.18 <i>Modular Grid</i>	17
Gambar 2.19 <i>Hierarchical grid</i>	18
Gambar 2.20 <i>Broken grid</i>	18
Gambar 2.21 <i>Rule of Third</i>	19
Gambar 2.22 <i>Leading Lines</i>	20
Gambar 2.23 <i>Symmetry and patterns</i>	20
Gambar 2.24 <i>Depth and perspective</i>	21
Gambar 2.25 <i>Negative Space</i>	21
Gambar 2.26 <i>White Balance Adjusment</i>	22
Gambar 2.27 <i>Colour Temperature and Tint</i>	23
Gambar 2.28 <i>Saturation and vibrance</i>	23
Gambar 2.29 <i>Tone Adjusment</i>	24
Gambar 2.30 <i>UI/UX</i>	26
Gambar 2.31 Contoh <i>user persona</i>	28
Gambar 2.32 Contoh <i>User Journey</i>	28
Gambar 2.33 Contoh <i>Empathy Map</i>	29
Gambar 2.34 Contoh <i>Information Architecture</i>	30
Gambar 2.35 Contoh <i>Button</i>	30
Gambar 2.36 Contoh <i>Icon</i>	31
Gambar 2.37 Contoh <i>Social Media</i>	32
Gambar 2.38 Contoh <i>Digital Ads</i>	33

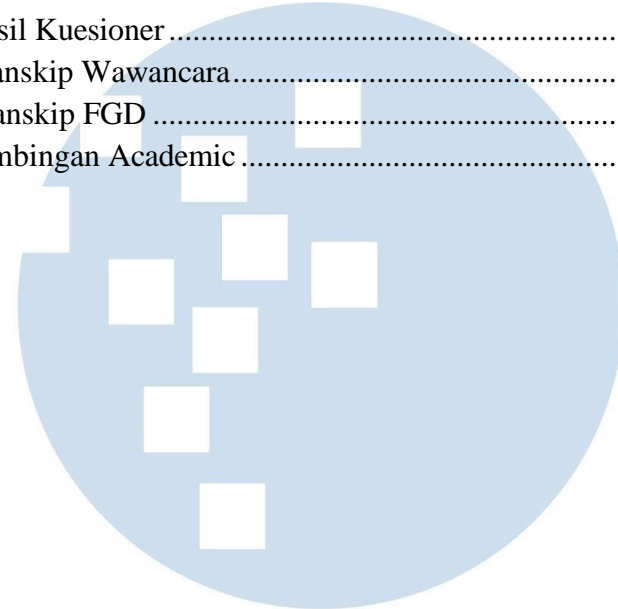
Gambar 2.39 Media cetak.....	34
Gambar 3.1 Dokumentasi Wawancara	37
Gambar 3.2 Dokumentasi FGD.....	41
Gambar 3.3 Halaman <i>Microsite</i> finansialku.....	46
Gambar 3.4 <i>Microsite</i> duitpintar	48
Gambar 3.5 Studi Referensi Profil Sosial Media Bank BNI.....	47
Gambar 3.6 Studi Referensi Profil Sosial Media Bank BNI.....	47
Gambar 3.7 Studi Referensi Poster mengelola keuangan Kredit Pintar.....	48
Gambar 4.1 <i>Persona</i> 1.....	53
Gambar 4.2 <i>Persona</i> 2.....	54
Gambar 4.3 <i>User Journey</i>	55
Gambar 4.4 <i>Empathy map</i>	55
Gambar 4.5 <i>Site Map</i>	63
Gambar 4.6 <i>Flow Chart</i>	64
Gambar 4.7 logo Otoritas Jasa Keuangan	64
Gambar 4.8 <i>Mindmapping</i>	68
Gambar 4.9 <i>Moodboard</i>	70
Gambar 4.10 <i>Stylescape</i>	71
Gambar 4.11 <i>Font Roboto</i>	71
Gambar 4.12 <i>Font Montserrat</i>	72
Gambar 4.13 <i>Landing Page Lowfidelity</i>	73
Gambar 4.14 <i>Second Page Lowfidelity</i>	74
Gambar 4.15 <i>Information Page Lowfidelity</i>	74
Gambar 4.16 <i>Asset Visual</i>	75
Gambar 4.17 <i>Highfidelity</i>	76
Gambar 4.18 Tombol Navigasi	77
Gambar 4.19 <i>Grid</i>	78
Gambar 4.20 <i>Landing Page Highfidelity</i>	78
Gambar 4.21 <i>Second Page Highfidelity</i>	79
Gambar 4.22 <i>Information Page Highfidelity</i>	80
Gambar 4.23 <i>Wireing Frame Microsite</i>	81
Gambar 4.24 Tahapan desain awal <i>instagram post</i>	82
Gambar 4.25 Tahapan desain <i>instagram post</i>	83
Gambar 4.26 Tahapan desain <i>instagram post</i>	84
Gambar 4.27 Tahapan Desain <i>Instagram story</i>	85
Gambar 4.28 Tahapan Desain <i>Instagram story</i>	86
Gambar 4.29 <i>Website ads horizontal</i>	86
Gambar 4.30 <i>Website ads Vertikal</i>	87
Gambar 4.31 <i>Streetbanner</i>	88
Gambar 4.32 <i>Billboard</i>	88

Gambar 4.33 <i>Totebag</i>	89
Gambar 4.34 <i>Baju</i>	90
Gambar 4.35 <i>Mockup Website</i>	90
Gambar 4.36 <i>Mockup Instagram post</i>	91
Gambar 4.37 <i>Mockup Instagram Story</i>	92
Gambar 4.38 <i>Mockup Website ads</i>	92
Gambar 4.39 <i>Mockup Streetbanner</i>	93
Gambar 4.40 <i>Mockup Billboard</i>	93
Gambar 4.41 Hasil perbaikan <i>Alpha Test</i>	96
Gambar 4.42 Hasil perbaikan <i>Alpha Test</i>	97
Gambar 4.43 Hasil perbaikan <i>Alpha Test</i>	97



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Hasil Turnitin	xv
Lampiran B Hasil Kuesioner	xix
Lampiran C Transkrip Wawancara.....	xxvii
Lampiran D Transkrip FGD	xxx
Lampiran E Bimbingan Academic	xxxiv



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA